

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN UNTUK MEMBELI "YOU C-1000"

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat Sarjana S-1
Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang



Disusun Oleh:

Nama : Victor Kusuma Putra
NIM : 02.30.0158

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2009**

Motto & Persembahan

*"Tidak ada kesempurnaan tanpa
usaha sungguh-sungguh dan
keringat"*

Skripsi ini Kupersembahkan Kepada:

All of My Family

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Victor Kusuma Putra

NIM : 02.30.0158

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Judul : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KONSUMEN UNTUK MEMBELI PRODUK YOU C-1000

Disetujui di Semarang, November 2007

Pembimbing,

(Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA)

PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KONSUMEN UNTUK MEMBELI PRODUK YOU C-1000

Disusun Oleh:

Nama : Victor Kusuma Putra

NIM : 02.30.0158

Program Studi : Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik
Soegijapranata

Telah dipertahankan di hadapan Tim Penguji pada tanggal: Juli 2008

Koordinator,

Tim Penguji,
(Anggota)

Anggota,

(Dra.MY. Dwi hayu Agustini,MBA) (Berta Berti Retnowati,SE,MSi) (Drs.Bowo Harcahyo,MBA)

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata

(Sentot Suciarto, A, Ph.D)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Viktor Kusuma Putra

NIM : 02.30.0158

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi dan atau bentuk-bentuk kecurangan yang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi dalam bentuk apapun dari Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.

Semarang, Juli 2008

(Viktor Kusuma Putra)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti haturkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan anugerah-Nya, peneliti telah berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul: “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN UNTUK MEMBELI PRODUK YOU C-1000“ ini.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam mencapai gelar Sarjana S-1 pada fakultas ekonomi, jurusan manajemen, Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.

Dalam menyelesaikan skripsi ini tidak sedikit hambatan yang dialami oleh penulis, oleh sebab itu dukungan dari berbagai pihak sangat dibutuhkan. Maka pada kesempatan ini pulalah penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada berbagai pihak, yaitu:

1. Bapak Sentot Suciarto, A., Ph. D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.
2. Bapak Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA, selaku dosen pembimbing yang dengan penuh perhatian telah membimbing, memberikan petunjuk, saran dan waktu luangnya kepada peneliti hingga terselesainya skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu dosen beserta staff dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.
4. Keluargaku, dan teman-teman kuliah yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu hingga tersusunnya skripsi ini.

Akhir kata peneliti ingin mengucapkan kata maaf yang sebesar-besarnya jika ada kesalahan dan kekurangan pada skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi berbagai pihak yang membutuhkan.

Semarang, Juni 2008

Peneliti,

(Viktor K.P.)

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Motto dan Persembahan	ii
Halaman Persetujuan Skripsi	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	iv
Halaman Keaslian Skripsi	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Gambar	xi
Daftar Tabel	xii
Abstrak	xiii
BAB I: PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Masalah Penelitian	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II: LANDASAN TEORI	7
2.1. Definisi Pemasaran.....	7
2.2. Pengertian Perilaku Konsumen.....	8
2.3. Pengertian Pembelian.....	12

2.4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Melakukan Keputusan	
Pembelian	12
2.6. Kerangka Pikir.....	16
2.7. Definisi Operasional.....	17
BAB III: METODE PENELITIAN	19
3.1. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	19
3.2. Jenis dan Sumber Data.....	19
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	20
3.4. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	21
3.4.1. Uji Validitas.....	21
3.4.2. Uji Reliabilitas.....	22
3.5. Teknik Analisis Data.....	24
BAB IV: HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	26
4.1. Gambaran Umum Responden.....	26
4.2. Tanggapan Responden.....	28
4.3. Analisis Faktor	29
4.3.1. Uji Kecukupan Sampling	29
4.3.2. Penentuan Jumlah Factor	30
4.3.3. Pengelompokkan Variabel Ke Dalam Factor	33
4.3.4. Rotasi Faktor	34
4.3.4. Penamaan Faktor dan Interpretasinya	36
BAB V: PENUTUP.....	41

5.1. Kesimpulan	41
5.2. Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Keputusan Pembelian	13
Gambar 4.1. <i>Scree Plot</i>	32

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Variabel Yang Dipertimbangkan Konsumen Membeli "YOU C-1000" ...	4
Tabel 3.1. Hasil Pengujian Validitas	22
Tabel 3.2. Hasil Pengujian Reliabilitas.....	23
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan.....	26
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	27
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Menurut Umur.....	27
Tabel 4.4. Tanggapan Responden	28
Tabel 4.5. Nilai Eigenvalue, Varians dan Kumulatif Varians	31
Tabel 4.6. Loading Factor dan Penentuan Faktor Tanpa Rotasi	33
Tabel 4.7. <i>Eigenvalue</i> , Prosentase Varians dan Varian Kumulatif Setelah Rotasi Varimax	35
Tabel 4.8. Pengelompokan Variabel ke Dalam Faktor Setelah Rotasi.....	35
Tabel 4.9. Hasil Analisis Faktor Setelah Rotasi Varimax	37

ABSTRAK

Minuman suplemen yang disebut-sebut menambah stamina, energi dan keperkasaan saat ini sudah banyak diakrabi oleh masyarakat. Bahkan produk itu bagi sebagian orang sudah menjadi semacam kebutuhan pokok. Pengemudi jarak jauh misalnya, banyak di antaranya yang mengaku bergantung pada minuman suplemen tertentu. Kalau tidak mengkonsumsinya maka badan menjadi letih dan mudah mengantuk. Bukti bisnis minuman suplemen atau berenergi menjanjikan bisa dilihat pada kemunculan merek-merek baru. Di antaranya adalah You C-1000 Vitamin Lemon yang diproduksi oleh PT Djojonegoro. (<http://www.suamamerdeka.com>). Berdasarkan hasil pra survey terhadap 30 orang responden diketahui berbagai variabel pertimbangan yang mempengaruhi konsumen dalam membeli YOU C-1000. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Untuk Membeli YOU C-1000".

Berdasarkan latar belakang di atas maka dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut: Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi konsumen dalam membeli YOU C-1000?

Adapun tujuan penelitian ini adalah: untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi konsumen dalam membeli produk YOU C-1000.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*, yaitu teknik sampel di mana pembagian kuesioner penelitian dibagikan kepada 100 orang responden yang kebetulan ditemui dan memenuhi kriteria sampel yaitu pernah mengonsumsi produk You C-1000. Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan untuk identifikasi dan analisis faktor adalah data primer. Metode pengumpulan data diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Faktor.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bagian sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen membeli YOU C-1000 adalah: (1) Faktor eksternal (strategi perusahaan), dengan variabel pembentuk: harga murah dan pengaruh iklan. (2) Faktor Rasa yang Enak, dengan variabel pembentuk: enak rasanya, pengaruh teman, populer, pengaruh anggota keluarga. (3) Faktor Khasiat atau Kegunaan, dengan variabel pembentuk: khasiat atau kegunaan, sekedar mencoba, vitamin C penting untuk tubuh. (4) Faktor Produk Baru, dengan variabel pembentuk: produk baru dan ikut-ikutan.

Sedangkan saran yang dapat dikemukakan pada penelitian ini : (1) Karena faktor pertama yang mempengaruhi konsumen dalam membeli YOU C-1000 adalah harga yang murah, maka sebaiknya pihak produsen dapat mempertahankan harga yang kompetitif saat ini sehingga tetap memenangkan persaingannya di antara produk sejenis yang beredar di pasaran. (2) Faktor kedua yang mempengaruhi konsumen membeli produk YOU C-1000 adalah rasa yang enak, maka sebaiknya pihak produsen dapat meningkatkan variasi rasa produk YOU C-1000, misalnya dengan menambah variasi rasa strawberry, apel, dan sebagainya.